

СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ "ВКОНТАКТЕ" КАК СУБЪЕКТ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ О СЕКСУАЛЬНЫХ МЕНЬШИНСТВАХ

*Григорьева Ксения Андреевна,
студентка 4 курса Департамента политологии и социологии,
Уральский федеральный университет,
г. Екатеринбург*

SOCIAL NETWORK 'VKONTAKTE' AS THE SUBJECT OF FORMATION OF PUBLIC OPINION ABOUT SEXUAL MINORITY

*Grigorieva Ksenia
the fourth-year student of the Ural Federal University,
Department of political science and sociology,
faculty of applied sociology, Yekaterinburg*

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена исследованию влияния социальной сети (на примере сети "Вконтакте") на общественное мнение о сексуальных меньшинствах в городе Екатеринбург. На основе данных, полученных путем проведения массового опроса и контент-анализа блогов, комментариев и "лайков" к ним в социальной сети "ВКонтакте", делается вывод, что социальные сети являются фактором формирования общественного мнения о сексуальных меньшинствах у молодежной группы населения как основной целевой группы социальной сети.

ABSTRACT

This article is devoted to researching of influence of social network VK on public opinion about sexual minority in Ekaterinburg city. Basing on information from mass social survey and content analysis social network 'VKontakte' we conclude that social networks are the factor of forming of public opinion about sexual minority among young people as the main target audience of social network.

Ключевые слова: социальные сети; общественное мнение; сексуальные меньшинства

Keywords: social networks; public opinion; sexual minorities

Проблема влияния средств массовых коммуникаций на общественное мнение остается в поле внимания исследователей на протяжении нескольких десятилетий. Одним из лидирующих каналов массовой коммуникации выступает Интернет, а в частности, социальные сети. По данным ФОМ доля активной интернет аудитории (пользователи, выходящие в сеть хотя бы раз в сутки) сейчас составляет 48% (56,3 млн человек) от населения старше 18 лет. Годовой прирост интернет - пользователей, выходящих в сеть хотя бы раз за месяц, составил 7%, а для суточной аудитории данный показатель равен 12% [1]. Доля россиян, зарегистрированных в соцсетях, сейчас составляет 82% от всех интернет-пользователей, об этом свидетельствуют данные опроса ВЦИОМ.

Социальные сети предстают эффективным инструментом человеческих коммуникаций и все чаще обращают внимание политиков и других заинтересованных лиц в качестве инструмента информационного управления и влияния на общественное сознание.

Социальные сети могут иметь влияние на формирование мнения не только на их пользователей, но и на людей, которые не зарегистрированы в социальных сетях и не пользуются сетью Интернет. Это связано с тем, что в России достаточно большое число пользователей, мнение и поведение которых оказывает влияние на других членов общества, не являющимися пользователями Рунета. В качестве примера можно привести протестную активность в 2012 году, связанную с выборами Президента России и депутатов Государственной Думы. За сутки социальные сети превратились площадки для обсуждения проблем и путей их решения. Именно социальные сети стали инструментом организации митингов. Вслед за пользователями социальных сетей произошла политическая мобилизация и остальной части населения.

Социальные сети являются привлекательным средством массовой информации, который ежедневно расширяет количество своих пользователей. Это связано с тем, что у любого пользователя имеется возможность высказать свою точку зрения по любому

информационному поводу, вступить в дискуссию, пообщаться с друзьями и родственниками, представить свои фото, видео, прокомментировать текстовые, видео записи, фотографии других пользователей. Социальные сети выступают инструментом повышения своей значимости и самооценки за счет того, что общение в он-лайн позволяет человеку представиться тем, кем бы он хотел выглядеть в глазах других.

Соцсети становятся своего рода зависимостью. Так, среди всех пользователей рунета 32 % опрошенных имеют доступ к интернету практически каждый час своего бодрствования, а ещё 24 % выходят в онлайн каждый час. 76% от всех пользователей рунета заходят в сеть ради общения и за развлекательном контентом в социальных сетях [2]. Высокая частота посещения соцсетей повышает вероятность того, что информация, которая в них размещается, будет оказывать влияние на мнение пользователей.

Наше исследование мы посвятили анализу общественного мнения о сексуальных меньшинствах и выявлению влияния социальных сетей на формирование общественного мнения о сексуальных меньшинствах.

В настоящее время активно обсуждаются вопросы допустимости гомосексуальных отношений, прав сексуальных меньшинств, публичных проявлений сексуальных меньшинств, закон о запрете пропаганды гомосексуализма активно обсуждаются не только публично (средствами массовой информации), но и в частных беседах.

В недавнем времени одной из главных тем общественного мнения была выступление Кончиты Вурст на Евровидении-2014. Музыкант выступил в образе женщины с бородой (сам исполнитель является мужчиной). По словам артиста, таким образом он пытался привлечь внимание к проблемам толерантности, инаковости и ксенофобии. В России же общественность прореагировала на выступление Кончиты Вурст крайне негативно. Несколько недель в социальных сетях популярные группы выкладывали мемы, фотографии и блоги, высмеивающие и выражающие крайне негативную оценку образу исполнителя и победе Кончиты Вурст.

Немного ранее также активно обсуждался закон о запрете пропаганды гомосексуализма.

Обсуждалась тема и гей-парадов. В некоторых городах России, не смотря на запрет пропаганды гомосексуализма, все же проводятся гей парады, что вызывает неоднозначную реакцию в обществе. По данным центра Социальных исследований и инноваций количество гей-парадов в России увеличивается на 3% с каждым годом. В связи с этим, участились и анти-гей-парады.

Еще одним ярким информационным поводом стала легализация однополых браков в странах запада и сопутствовавшая ему волна однополых брачующихся среди знаменитостей.

Как мы видим, данная проблема в настоящее время очень актуальна в связи с большим количеством информационных поводов на тему сексуальных меньшинств.

Сексуальные меньшинства как субъект общественного мнения являются предметом споров в обществе, предметом противоречий, допускающие многозначность оценочных суждений.

Гомосексуализм представляет собой особую форму общественного поведения. Гомосексуальные отношения являются девиантными относительно главенствующих ценностей и институтов современного российского общества- гетеросексуальная семья, брак. Это связано, прежде всего, с тем, что семья выполняет одни из важнейших функций в современном обществе- продолжение человеческого рода, функцию социального контроля, социализации, формировании личности ребенка. Однако, следует отметить, что Россия страна с демократическим политическим режимом, а значит предоставляет права ее гражданам, которые признаются в той мере, пока они не приносят вреда другим членам общества. Таким образом, мы наблюдаем социальное противоречие.

Следует отметить тот факт, что в настоящее время создается все большее количество движений в защиту прав геев, лесбиянок, бисексуалов и транссексуалов. В обществе появляются две антагонистические силы: те, кто защищает и отстаивает права сексуальных меньшинств и те, кто выступает с предложением уголовной наказуемости за нетрадиционную сексуальную ориентацию, выражает крайне негативное отношение к представителям сексуальных меньшинств.

На сегодняшний день общественное мнение о сексуальных меньшинствах находится на этапе функционирования.

Это связано с тем, что сейчас поднимаются темы, актуальные для общественности: закон о пропаганде гомосексуализма, легализация однополых браков в странах запада, публичные выступления гомосексуалистов (выступление на Евровидении- 2014 Кончиты Вруст, проведение самого многочисленного гей-парада в Бразилии).

Для того, чтобы выявить зависимость общественного мнения от информации, размещенной в социальных сетях мы изучили контент социальной сети, а именно микроблоги, комментарии пользователей, а также «лайки» к комментариям и микроблогам, имеющие отношение к теме о сексуальных меньшинствах. А также провели опрос общественного мнения населения г. Екатеринбурга от 18 лет [3], который показал влияние контента социальных сетей на отношение общества в целом к сексуальным меньшинствам.

В ходе проведения массового опроса было выявлено, что отношение респондентов к гомосексуальности и гомосексуалистам в целом негативное, но неоднородное.

Полярность мнений мы можем наблюдать в вопросах по проблемам равенства прав между гомосексуалистами и другими гражданами, допустимости гомосексуальных отношений между взрослыми людьми, отношению к тому, если бы респондентам приходилось работать с представителями сексуальных меньшинств, соседствовать, а также по проблеме отношения к близкому другу/родственнику гомосексуалисту.

Даже не одобряя гомосексуальность, большинство молодых (в возрасте до 35 лет) и более образованных респондентов не склонны дискриминировать ее носителей.

Женщины также проявляют большую степень толерантности к представителям сексуальных меньшинств.

Оценка общественности сексуальных меньшинств выражается через относительную устойчивость основных сформулированных позиций: пресечение государством любых публичных проявлений (71%), негативное отношение к открытому заявлению о себе гомосексуалистами (55%), гомосексуализм определяется как болезнь или распущенность (65%), введение закона о запрете пропаганды гомосексуализма (запрет на гей-парады, митинги и акции в защиту прав секс-

меньшинств, запрет на размещение информации о секс-меньшинствах, запрет на усыновление гомосексуалистами, на свободное проявление гомосексуальных чувств на публике, запрет на образовательные передачи, рассказывающие о природе гомосексуализма) (67%).

Чтобы выявить стабильность общественного мнения о сексуальных меньшинствах мы сопоставили результаты исследований аналитического центра "Левада-центр" за прошлые года (1998, 2005, 2007, 20010, 2012) и результаты исследования, проведенного нами в ноябре 2014 года. Мы выбрали наиболее значимые показатели, характеризующие отношение к сексуальным меньшинствам: определение гомосексуализма, отношение к равноправию между гомосексуалистами и другими гражданами.

Таблица 1.

Определение гомосексуализма респондентами (данные представлены в процентах к числу опрошенных)

	1998	2005	2010	2012	2014
болезнь или результат психической травмы	33	31	36	32	33
распущенность, вредная привычка	35	36	38	43	47
сексуальная ориентация, имеющая равное с обычной право на существование	18	20	15	17	20
признак особой одаренности, таланта	1	1	1	1	
затрудняюсь ответить	13	12	11	9	

Как мы видим из таблиц 1-2 общественное мнение о сексуальных меньшинствах устойчиво, но неоднородно. Изменений в общественном мнении о сексуальных меньшинствах в период с 1998 года по 2014 год по данным показателям не прослеживается, что свидетельствует об его устойчивости.

Таблица 2.

Распределение респондентов по отношению к утверждению о равноправии между гомосексуалистами и другими гражданами (данные представлены в процентах к числу опрошенных)

	2005	2010	2012	2014
Полностью согласен	17	12	13	16
Скорее согласен	34	33	33	24
Скорее не согласен	19	22	22	36
Полностью не согласен	16	19	18	22
Затрудняюсь ответить	14	15	13	X

Негативное отношение общественности к сексуальным меньшинствам интегрируется в общую систему традиций и культуры России. Россия является страной с преобладающими традиционными ценностями: семья, религия, рождение и воспитание детей, а гомосексуальные отношения противоречат им.

В ходе проведения массового опроса мы изучали непосредственно отношение к контенту о сексуальных меньшинствах в социальных сетях.

Более половины пользователей социальных сетей сталкивались с информацией о сексуальных меньшинствах, причем большая часть из них целенаправленно искала, занималась чтением и просмотром информации о сексуальных меньшинствах (56%).

Респонденты, которые являются пользователями социальной сети доверяют размещенному контенту в социальных сетях о сексуальных меньшинствах (80%) и считают, что данной информации вполне достаточно (90%).

Как мы выяснили, большая часть информации о сексуальных меньшинства, к которой обращались респонденты, имела, по их мнению, положительную смысловую окраску (65%).

Целью нашего исследования было выявление взаимосвязи общественного содержания общественного мнения и контента социальных сетей, а именно, являются ли социальные сети субъектом формирования общественного мнения о сексуальных меньшинствах. Данная цель достиглась посредством использования в проекте двух исследовательских методов: формализованного опроса жителей города Екатеринбурга

в возрасте от 18 лет и контент-анализа блогов, комментариев и "лайков" к ним в социальной сети "ВКонтакте".

Мы проанализировали смысловое содержание микроблогов и комментариев к ним в социальной сети "ВКонтакте" за ноябрь 2014 года.

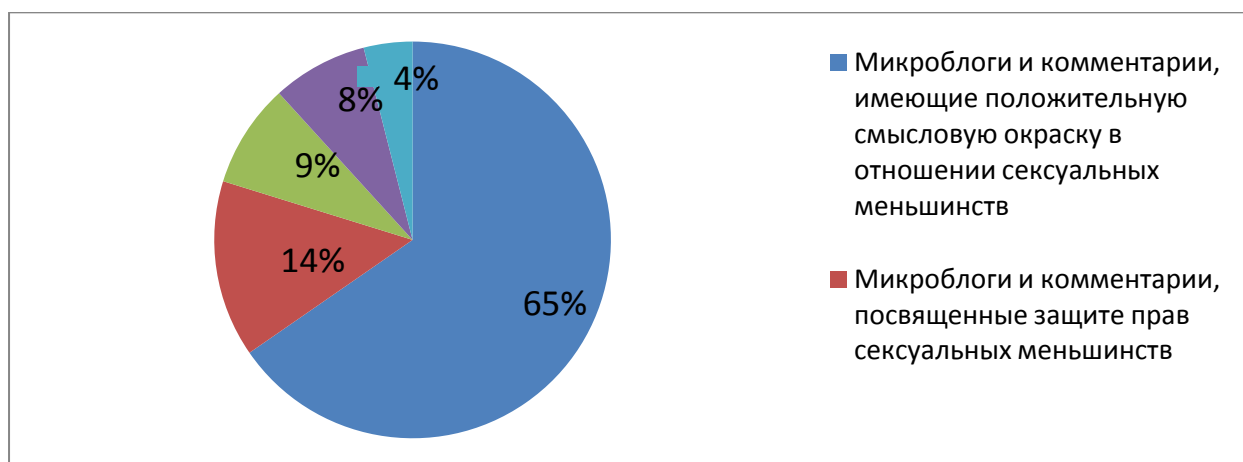


Рисунок 1. Смысловое содержание микроблогов и комментариев к ним в социальной сети "ВКонтакте" за ноябрь 2014 г.

Как мы видим на графике 1, наиболее популярными блогами оказались те, чье содержание имело положительную смысловую окраску в отношении сексуальных меньшинств. Вторым по популярности является блок контента, посвященный защите прав сексуальных меньшинств. Данное распределение обусловлено тем, что в настоящее время в социальных сетях также активно разворачивается деятельность лгбт-представителей. Они создают публичные страницы, которые посвящены знакомству между лгбт-представителями; художественной литературе и кино, в которых раскрываются однополые отношения; информации о секс-меньшинствах; историям из жизни представителей секс-меньшинств.

На сегодняшний день в социальной сети "ВКонтакте" зарегистрировано 1378 ЛГБТ-сообществ. Численность публичных страниц доходит до 40 тысяч участников.

Все возрастающее количество сообществ и их участников в социальных сетях является следствием возрастающего давления на представителей сексуальных меньшинств: подъем гомофобии (о чем свидетельствуют данные статистики за 2013-14 гг.: 47% россиян считают, что гомосексуалисты не должны пользоваться в России теми же правами, что и другие граждане, 73% россиян высказали мнение, что

государство должно пресекать любые публичные проявления гомосексуалистов, закон о пропаганде поддерживают 76% россиян [4]); создание закона, направленного против представителей ЛГБТ- федеральный закон № 44554-6 «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» (об установлении административной ответственности за пропаганду гомосексуализма среди несовершеннолетних). «Публичные действия, направленные на пропаганду мужеложства, лесбиянства, бисексуализма, трансгендерности среди несовершеннолетних» в законе определяются как «деятельность по целенаправленному и бесконтрольному распространению общедоступным способом информации, способной нанести вред здоровью, нравственному и духовному развитию несовершеннолетних, в том числе сформировать у них искаженное представление о социальной равноценности традиционных и нетрадиционных брачных отношений» [5]. Для нарушителей предусмотрены штрафы: для граждан — до 5 тысяч рублей, должностных лиц — до 50 тысяч рублей, юридических лиц — до 500 тысяч рублей.

Из-за нечеткой формулировки закона любые действия гомосексуалистов могут трактоваться как пропаганда ЛГБТ.

ЛГБТ-представители объединяются в сообщества, таким образом противостоят нападкам общественности, чувствуют защищенность, поддержку и сами участвуют в акциях, направленных на борьбу с дискриминацией сексуальных меньшинств.

Хотелось бы обратить внимание также на позиции, касающиеся закона о запрете пропаганды. По данным контент-анализа за ноябрь 2014 года эта информация в социальной сети является неактуальной, она не обсуждается. Если обратиться к данным контент-анализа за апрель-май 2014 (график 2), то мы видим обратную ситуацию: наибольшей популярностью пользовались блоги, которые выражали положительное или отрицательное отношение к закону. Это связано с тем, что в марте-апреле 2014 года в интернете активно распространялась информация о введении закона о запрете пропаганды в некоторых областях РФ, а также в Киргизии. Еще один фактор, повлиявший на большое количество блогов о законопроекте- выступления деятелей Российской Православной Церкви, а также известных актеров (которые позиционируют себя как православные) с призывами запретить пропаганду гомосексуализма.



Рисунок 2. Смысловое содержание микроблогов и комментариев к ним в социальной сети "VK" за апрель-май 2014 г.

Таким образом, мы решили задачу о выявлении смыслового содержания микроблогов и комментариев к ним в социальной сети о сексуальных меньшинствах и определили отношение пользователей социальной сети к контенту о сексуальных меньшинствах.

Социальная сеть (виртуальное сообщество) в настоящее время является активным субъектом формирования общественного мнения, прежде всего молодежи. Это объясняется тем, что аудитория социальной сети "ВКонтакте" молодая: 88,7% составляют люди в возрасте до 35 лет (до 18 лет — 27,5%, от 19 до 25 лет — 38,1%, от 26 до 35 лет — 23,1%, от 36 до 50 лет — 9%, и старше 51 года — 2,3%).

Социальная сеть косвенно влияет на формирование общественного мнения среди представителей молодежи. Соцсети, благодаря многочисленным публичным страницам и группам, посвященных защите прав сексуальных меньшинств, выражающие поддержку сексуальным меньшинствам, положительное отношение к ним, укрепляют в сознании молодежи понимание того, что человек, не зависимо от своей сексуальной ориентации, имеет равные права с другими гражданами. Сила влияния социальной сети умеренная, поскольку основным фактором влияния является уровень образования. Это связано с тем, что у людей с высоким уровнем образования более широкий кругозор, более сформированы демократические ценности, признание равноправия всех людей, независимо от их сексуальной ориентации.

Список литературы:

1. Интернет в России. Динамика проникновения. Зима 2013-2014 гг.//ФОМ [электронный ресурс]. URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/11417> (дата обращения: 10.02.2015)
2. Connected Consumers Are Not Created Equal: A Global Perspective// AT Kearney [электронный ресурс]. URL: http://www.atkearney.com/consumer-products-retail/connectedconsumers/full-study/-/asset_publisher/Aj6WmQ8WDHBx/content/connected-consumers-are-not-created-equal-a-global-perspective/10192#sthash.8TidbwZQ.dpuf (дата обращения: 10.02.2015)
3. Исследование проходило в ноябре 2014 года в городе Екатеринбург. Было опрошено 150 человек в возрасте от 18 лет (Ген. совокупность- 1 138 000 чел.). Тип выборки- квотная. квотный признак- пол, возраст.
4. Общественное мнение о гомосексуалистах//Левада-Центр [электронный ресурс]. URL: <http://www.levada.ru/17-05-2013/obshchestvennoe-mnenie-o-gomoseksualistakh> (дата обращения: 10.02.2015)
5. Федеральный закон № 135-ФЗ от 30 июня 2013 г. "О внесении изменений в статью 5 Федерального закона "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" и отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях защиты детей от информации, пропагандирующей отрицание традиционных семейных ценностей [электронный ресурс]. URL: http://www.teenbook.ru/UPLOAD/user/fz_29062013_-135.docx (дата обращения: 11.02.2015)